新媒体与传统媒体的融合趋势探析

摘　要：在科学技术如此发达的今天，随着互联网信息技术突飞猛进地发展进步，信息的传递变得更加容易便捷，传递方式也更加多样化，众多的新兴产业应运而生，为社会的进步注入了新的元素。媒体，作为人类信息传播和社会发展的关键载体，更容易受到信息技术的影响，正逐渐由传统媒体向新媒体过渡，虽然新媒体作为一种新载体，使信息传递方式更加安全、更加便捷，但是传统媒体的优势依旧是不容忽视的。在信息技术快速发展的今天，我们应该既保持传统媒体的优势又能将新媒体与之融合打造出一个良好的信息传播效果，因此信息化的进一步发展已经成为人们关注的焦点。本文将通过对新媒体以及传统媒体的概念进行详细阐述，区别二者的优缺点，并对新媒体与传统媒体的融合发展趋势作出重点的分析探讨。

关键词：新媒体；传统媒体；融合发展；趋势分析
中图分类号：G2　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）12-028-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.12.002

文 / 张谦

前言

信息技术的发展如同一阵和煦的春风，吹遍了各行各业，吹动了社会进步发展，让整个社会都沐浴在了信息网络的“地球村”中。而新媒体的出现恰恰为春风增添了强大的推动力。面对科技如此发达的新形势，网络信息传播对于创新工作应更加高度重视。创新作为科学技术的第一生产力，能够更加高效地推动媒体产业的发展，建立良好的媒体环境。但是，优秀的技术需要日积月累，处于发展阶段相对较落后的中国，相对于传统媒体而言，新媒体对于媒体技术的掌握以及思想的改变还相对不够成熟，存在的思维阶段差异较大。同时，社会环境的变化也为新媒体的发展带来各种阻碍。需要提高新媒体对自身的要求来实现创新进步。实现信息传递的速度更快，信息面更广，能更快且详细地对信息进行传递，同时新媒体更能够将信息实现共享，建立一个良好的信息网络，但是从根本上说，新媒体又是将传统媒体作为基础进行发展的。新媒体与传统媒体良好结合、互相交流、积极创新才能形成良好的全媒体氛围，为用户提供更优质的信息传播平台。

1. 新媒体与传统媒体的基本概念诠释

1. 1 新媒体的基本概念以及特点

1.1.1 新媒体的基本概念

新媒体是一种在广播、电视、报刊等传统媒体之后发展起来的更加新颖的媒体形态。它一般是通过手机、网络、数字电视等形式进行信息的传递，具有高效率、覆盖面广、实时性强等特点。事实上，新媒体的基本概念还是比较广泛的，是可以通过网络技术、数字信息技术，在可以实现网络连接传递的各种方式（如互联网、局域网、数字信号等）的情况下，通过手机、电脑、数字电视等终端来进行信息的传递与共享的媒体形态。与传统媒体相同的是也是为社会提供信息服务，满足人们的信息娱乐需求，更加具体细致地说，新媒体是数字在新媒体上的一种形态。目前，在更多新技术的支撑下，新媒体实现了在手机、电视、电子计算机等终端更信息化的表现，如彩信、网络杂志、数字电视节目、数字媒体等多种形式。

1.1.2 新媒体的特点

新媒体作为一种新兴的信息传递载体，它是在社会快速发展、人们对更多信息需求的时代下应运而生的，它的存在为媒体的信息传播提供了新形态。新媒体在信息内容上具有更高的原创性与价值性，传播更具有时效性，面对的对象更加具有群体性。目前社会上出现了很多新兴的不同形式的媒体，对于媒体发展进步竞争的途径即通过发展自我的原创性，来提高用户的访问量和信用度。如今社会的发展状态，加快了人们的生活节奏，人们将更多时间用在了工作上，休闲时间更加碎片化、多元化，对于信息的需求就更具有时效性，互动性上更加简易快速，能够随时娱乐，新媒体的出现就满足了人们对于信息的需求。它能够更加容易的进行信息的传递共享。因此人们更加主动地去接受新媒体，而不是被动地接受信息，这样新媒体就更加容易地渗透到人们的日常生活中，人们对于新媒体的使用率就在不断地提高。

1. 2 传统媒体的基本概念以及特点

1.2.1 传统媒体的基本概念

传统媒体大多数依靠报刊、电视、广播作为信息传递的媒介，向用户推荐相关的信息，这对于用户多数来说是被动性地接受，经常会被时间和空间等因素所影响，会逐渐被人们所忽视。随着社会的不断发展，电视、报刊、广播等进行信息传递的传统媒体已经满足不了人们对于信息的获取，因此，互联网也在渐渐发展成一种至关重要的传统媒体。在当今信息化不断发展的中国，通过电视获取信息受到大多数人所青睐，因为电视在结合网络信息传递的同时，对于信息的传递更具有高效性和实时性，拥有全媒体所具备的优势。

1.2.2 传统媒体的特点

传统媒体具有冲击力强、传播面广等一些特点，但是其选择性比较少，因此传统媒体的目标群众有一定的限制。单纯从广告宣传上来说，传统媒体通常是在报纸的部分板块、广播的宣传以及电视的节目中插播。这几种传播方式虽然传播速度还算可以，灵活性以及直面大众的曝光率也还可以，但是依然会被人们主动忽视，没有更强的吸引力。以报纸为

例，广告的展出模块通常在较为不显眼的位置，大众很容易忽略，再就是模块的展出范围有限，造成了广告产品的描述不够完善，读者获得信息量的较少，降低了吸引力。再就是如今社会的快速发展，降低了人们对于文字的阅读耐心，更多的是通过视觉、听觉获得信息，所以文字的观看者较少。此外，传统媒体在传播载体上缺乏更多的移动性、灵活性，在传播的时效性上速度相对较慢，不能达到更快的实时更新，在传播内容上繁多复杂，相对缺乏条理性，不能够更好地进行信息的共享与传递，所以传统媒体也在逐渐被新媒体所代替。

2. 新媒体与传统媒体的融合趋势探析

2. 1 充分发挥新媒体的互动性特征

在将新媒体与传统媒体各自优势进行发展进步的前提下，将两者的优势进行适当的结合，从而达到互利共赢、共同创新进步，通过取其精华，去其糟粕，使二者形成一个更具有权威性、满足时代需求性的全媒体。结合新媒体与传统媒体的价值观念，将传统媒体的优秀理念运用到新媒体中，通过社会发展进步过程中对于信息化需求的改变，总结经验、积极创新，从而形成更加满足社会信息需求、促进社会进步的新媒体形态，实现新媒体相对于传统媒体的拓宽，达到相互创新进步。在实际实施过程中，不仅要加强线上线下互动交流，还要形成一个高品质、专业能力强的新闻传播平台。总体来说，新媒体与传统媒体二者要相互结合，密切融合，实现良好的互动。

2. 2 引导舆论新风向，抢占主阵地

如今的社会，信息化不断发展，媒体作为一种进行信息传递共享的途径，在社会发展中发挥着重要的作用，而新媒体与传统媒体结合的全媒体在这样一个信息化时代作为一种舆论工具，务必要发挥良好的引导作用。因此，要想使传统媒体完全适应全媒体时代，就必须使其与新媒体相互结合，广大人民群众热情参与的状态，能够引导舆论的新风向，促进社会正能量、真善美的传递。同时，全媒体时代在实现权威性的前提下，发挥灵活性、积极性，并能够根据时代的需求以及各种变化趋势，发挥出新媒体的互动性与及时性，从而促进媒体传播效果的最大化。就其事实而言，媒介如果要坚持正确的舆论风向，并达到积极引导公众参与舆论，凝聚社会力量的目的，更需要传统媒体与新媒体二者相互结合，凝聚社会力量，化解社会危机，引导舆论新风向，抢占主阵地。

2. 3 利用新媒体的媒介特质

信息的发展势必会造成传递媒介需求的增长变化，因此需要建立更多良好的信息传播平台。然而要实现良好的媒体环境，适应社会的快速发展，紧跟信息化的潮流，将新媒体的发展作为引导者是更具有先进性、意义性的。抓住当今社会发展的平台，并能够利用好这个平台。首先，创新是科学技术发展第一生产力，任何产业的进步都离不开创新，新媒体也应具备紧随时代变化的创新，以在结合传统媒体优势的情况下，发展自身特有的优点，来提高社会价值和竞争力，从而满足社会对于信息化时代的需求，形成新颖的媒体形态。另一方面，在发展的过程中，要抓住当今社会发展与机遇的大平台，并能够很好地利用这个平台，抓住媒体事业发展的本质要求，充分实现资源的整合优势。因此，传统媒体与新媒体的融合发展，不仅仅需要得到政府相关部门的支持，更需要多种媒体行业的相互融合。在现今多元化的环境下，新媒体的发展更应该以传统媒体的权威性为基础，同时加上国家基金与政策的大力扶持，实现一体化的新媒体与传统媒体的有效结合。

2. 4 加快新媒体融合的监督管理和法律法规

新媒体与传统媒体在实际的整合过程中离不开法律法规的支持，为了规范新媒体的立法系统，扩展媒体领域的监控范围，同时，建立健全新媒体相关的法律制度，从而对新媒体实现法律约束，对违反、破坏媒体良好化境的提高法律依据进行处理，营造有条理、有规则的媒体环境。另外，更应该加强对传统媒体与新媒体融合的监督管理系统，通过建立完善搜索系统、新闻真实性监控等，实现对于影响社会动态虚假新闻的打击，对于真善美新闻的推送影响，能够更加准确地掌握实时动态。最后，通过提高媒体技术支持，进行媒体形态创新改革，建立完善法律制度，来实现媒体的进步发展，更好地为人们提供优秀的信息共享传递营造良好的媒体环境。媒

参考文献

[1] 戴诗珈 . 中国当代户外广告设计的创意探析 [D]. 江苏大学，2013.
[2] 何晶娇 . 互动户外广告的创意策略 [J]. 传媒，2013，（12）.
[3] 李旸 . 新媒体与传统媒体的博弈 [J]. 中国传媒科技，2013，（6）.
[4] 李雪蓉 . 试论广播媒体与新媒体的融合 [J]. 中国广播，2012，（1）.
[5] 李彩艳 . 论传统媒体和新媒体的融合发展趋势 [J]. 现代商业，2014，（29）.
[6] 罗晓川 . 传统媒体与新媒体的现状和发展趋势 [J]. 西部广播电视，2014，（6）.
[7] 刘嘉 . 以媒体为手段的非主流广告表现形式 [J]. 中国新技术新产品，2010，（5）.
[8] 王萍 . 户外新媒体广告及其创意策略研究 [D]，河南大学，2010.
[9] 余文 . 传统媒体与微博的融合现状与趋势 [J]. 新闻知识，2012，（5）.
[10] 赵蔚 . 城市媒体广告分析研究 [D]，东华大学，2006.

（作者单位：山西日报社）